

ЧЕРЕПАНОВА Л. Л.

## ОБ ЭТИКО-ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЕ В ПРАКТИКЕ РАЙОННЫХ СМИ<sup>3</sup>

Аннотация: В статье рассматривается состояние профессиональной культуры журналистов районных СМИ в этико-правовом аспекте. Представленные результаты получены в ходе анализа материалов анкетирования и глубоких интервью журналистов, работающих в местных СМИ районов и городов Пермского края. С целью оценки качества работы районных СМИ выявляется связь между уровнем профессиональных знаний, представлений, установок журналистов и качеством работы районных СМИ.

Ключевые слова: Профессиональная культура журналиста, законы, этика, СМИ, журналист, профессионализм, проблема качества работы СМИ.

Cherepanova L. L.

## ABOUT ETHICAL AND LEGAL CULTURE IN THE PRACTICE OF DISTRICT MEDIA

Abstract: The paper deals with the condition of professional culture of journalists of regional media in the ethical-and-legal aspect. The presented results were obtained during the analysis of the questionnaire materials and interviews of journalists working in the local media of Perm region. With this purpose, we reveal the link between the level of professional knowledge, perceptions, moral attitudes of journalists and the work of regional media. Material of the research consists of journalistic texts, the results of a survey of journalists of regional mass media of the Perm region, etc.

Keywords: Professional journalist culture, laws, ethics, media, journalist, professionalism, media quality problem.

В современной практике медиаинформирования у аудитории есть возможность оперативно высказать критические замечания по поводу работы СМИ. Среди причин отрицательной оценки профессионализма журналистов аудитория называет отступления от норм этики и законодательства в сфере СМИ. Объективно с низкой оценкой профессионализма журналиста неизбежно связан низкий уровень восприятия аудиторией текстов СМИ, т. е. информирующая функция СМИ остается не реализованной или реализованной не полностью [7]. Связь этической и правовой составляющих журналистской профессии отражены в предметном сходстве статей Закона о СМИ и положений Кодекса профессиональной этики российского журналиста: «Журналист всегда обязан действовать, исходя из принципов профессиональной этики, зафиксированных в настоящем Кодексе <...>»; «Журналист соблюдает законы своей страны <...>» (Кодекс профессиональной этики российского журналиста, пп. 1, 2).

С целью выявления и оценки актуального состояния районных СМИ было проведено анкетирование журналистов и интервьюирование редакторов общественно-политических зарегистрированных средств массовой информации, выходящих на территории муниципальных районов и городских округов

<sup>3</sup> Исследование выполнено при поддержке РГНФ (проект № 16-14-59007 «Локальный медиадискурс: перспективы оптимизации информационно-коммуникативных процессов»).

Пермского края [1; 8]. Несколько вопросов анкеты было направлено на выявление профессионально-этических взглядов работников районных СМИ. На вопрос «Приходилось ли делать заказные материалы?» положительный ответ дали 59,2 %, отрицательный – 7 %; 33,8 % опрошенных к положительному ответу добавили объяснение, что это было редакционное задание. Интересно, что на вопрос «Почему Вы не делали заказные материалы?» ответили лишь 11,3 % опрошенных. Из них 62,5 % указали, что им «не предлагали». Остальные – их оказалось 37,5 % – ответили, что «Это противоречит журналистской этике». При этом на вопрос «Руководствуетесь ли Вы принципами профессиональной этики?» почти 90 % ответили «Да». Глубину профессиональных знаний о журналистской этике уточняли: «Что для вас самое главное в Кодексе профессиональной этики журналистка?» Ответы распределились так: 27,08 % – использование только проверенных источников; 20,36 % – уважение к чести и достоинству людей; 16,75 % – недопущение клеветы; 14,04 % – соблюдение профессиональной тайны; 12,54 % – соблюдение закона при сборе информации; 5,22 % – соблюдение авторского права; 3,01 % – неиспользование конфиденциальной информации в личных целях; 1 % – неучастие в работе органов власти и партийных структур.

Такой очевидный диссонанс между декларацией личных профессиональных принципов и профессиональными действиями связан, вероятно, и с условиями работы районных СМИ. На зависимость СМИ от крупных заказчиков информационного сопровождения указывают редакторы районных изданий: «Доходы от рекламы составляют больше половины бюджета»; «Доходы от рекламы – 80 %. Сюда входят и госконтракты с ОМС, Заксобранием и администрацией губернатора ПК» (Цикл интервью с журналистами и медиаэкспертами Пермского края. Перм. гос. нац. иссл. ун-т, 2016).

Таким образом, проблема публикации заказных материалов соединяется с проблемой соблюдения требований законодательства, касающихся работы СМИ с рекламой. Особенно острым становится вопрос, когда речь идет о непрямой (скрытой и косвенной) рекламе. По данным УФАС по Пермскому краю за 2015–2016 гг. (использованы материалы из архива кафедры журналистики и массовых коммуникаций ПГНИУ), более 70 % нарушений, за которые СМИ были привлечены к ответственности, связано с пренебрежением требованием использовать в текстах пометку «реклама» или «на правах рекламы» [2; 6].

Это противоречит также п. 7 Кодекса профессиональной этики российского журналиста: «Журналист считает недостойным использовать свою репутацию, свой авторитет, а также свои профессиональные права и возможности для распространения информации рекламного или коммерческого характера, особенно если о таком характере не свидетельствует явно и однозначно сама форма такого сообщения» [3]. Но серьезными последствиями нарушений в работе редакторы районных СМИ считают только случаи, когда наступает судебная (а не этическая) ответственность, вопросы профессионально-этического поведения не обсуждаются в редакциях, а нормы профессиональной этики не записаны в документах редакции: «Мы постоянно получаем судебные

иски. Особенно после выборов. Стандартное «оскорбление чести и достоинства»; «В редакции кодекса профессиональной этики журналиста нет. Но мы знаем, что такой кодекс есть на уровне края и России». Либо редакция находит компромисс: «материал был заказной, и та контора, которая у нас печаталась, оплатила все судебные издержки»; «Стараемся избегать желтизны, но <...> учитываем интересы и потребности нашей массовой аудитории. Газета должна хорошо продаваться, что возможно, если она заинтересует читателя» (Цикл интервью с журналистами и медиаэкспертами Пермского края. Перм. гос. нац. иссл. ун-т, 2016).

В основе любого нарушения закона лежит нарушение этического порядка. Знание этого может помочь журналисту сформировать необходимый уровень профессионализма. По разным причинам состояние современной практической журналистики не способствует приобретению профессионально-этических знаний [4; 5]. Заметим, что 72 % журналистов пермских районных СМИ, опрошенных в ходе анкетирования, указали, что не имеют специального образования по журналистике, и 60,36 % не состоят в Союзе журналистов. Таким образом, большинство пермских районных журналистов получают профессиональные знания и навыки преимущественно на практике. Очевидно, что пока профессиональная этика в сознании районных журналистов существует в виде конструкта, приблизительных, интуитивных ориентиров, не наполненных точными знаниями, проблема качества районных СМИ будет оставаться актуальной [9].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Аналитический отчет о проведении социологического исследования «Актуальное состояние районных средств массовой информации Пермского края». Пермь, 2016.
2. Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 03.07.2016).
3. Кодекс профессиональной этики российского журналиста (принят Конгрессом Союза Журналистов России 03.06.1994 г.).
4. Лазутина Г. В. Журналистика в жизни общества пером теоретика и практика. М., 2016.
5. Панкеев И. А. Депрофессионализация журналиста как один из факторов маргинализации профессии // Журналистика в 2016 году: творчество, профессия, индустрия. 2017. С. 45–46.
6. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 05.12.2016).
7. Черепанова Л. Л. Дискурс региональных СМИ: психолингвистический аспект: дисс. ... канд. филол. наук. Пермь, 2007.
8. Черепанова Л. Л. Журналист районного СМИ. Штрихи к современному портрету / / Информационное поле современной России: практики и эффекты. 2016. С. 323–329.
9. Черепанова Л. Л. О месте профессиональной этики в работе районных СМИ (Пермский край) // Журналистика в 2016 году: творчество, профессия, индустрия. 2017. С. 51–52.